

**ANALISIS HARAPAN DAN PERSEPSI PELANGGAN  
SEGMENT PERUMAHAN TERHADAP ATRIBUT PELAYANAN  
PT TELKOM KANDATEL SURABAYA BARAT**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN GUNA MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**Diajukan Oleh :**

**ENY LISTIJARINI**

**No. Pokok : 049320160 / E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
1999**

**SKRIPSI**

**ANALISIS HARAPAN DAN PERSEPSI PELANGGAN  
SEGMENT PERUMAHAN TERHADAP ATRIBUT PELAYANAN  
PT TELKOM KANDATEL SURABAYA BARAT**

**DIAJUKAN OLEH :**

**ENY LISTIJARINI**

**No. Pokok : 049320160-E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

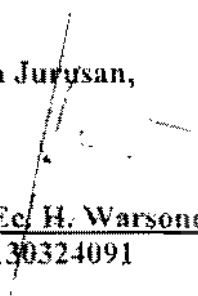
**Dosen Pembimbing,**



**Dra. Ec. Sri Wahyuni Astuti, MS**  
**Nip. 131125963**

**TANGGAL .....**

**Ketua Jurusan,**



**Drs. Ec. H. Warsono, ME**  
**Nip. 130324091**

**TANGGAL .....**

Lembar Persetujuan

Surabaya, 12-02-1999

Telah Diterima Dengan Baik Dan Siap Untuk Diuji

Dosen Pembimbing,



Dra. Ec. SRI WAHYUNI ASTUTI, M.

NIP. 131125963

## ABSTRAKSI

Dalam industri jasa khususnya, kepuasan konsumen adalah sesuatu yang tidak dapat diabaikan begitu saja. Bahkan dalam perkembangan saat ini teori kepuasan merupakan salah satu konsep penting dalam studi pemasaran.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa kepuasan akan terjadi bila persepsi konsumen terhadap produk atau pelayanan yang telah dirasakan terbukti sesuai dengan harapan konsumen. Dilain pihak ketidakpuasan akan timbul bila persepsi yang dirasakan oleh konsumen lebih rendah dari harapan yang diinginkan konsumen tersebut. Untuk itu tingkat kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan ditentukan oleh persepsi yang diterima dan harapan yang diinginkan konsumen tersebut.

Untuk itu PT. Telkom selaku pengelola jasa telekomunikasi dalam negeri berupaya mengantisipasi, memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Terutama kepada pelanggan segmen perumahan yang berjumlah paling besar dengan berbagai karakteristik dan perilakunya membuat PT. Telkom khususnya Telkom Kandatel Surabaya Barat selayaknya mengantisipasi dan memperhatikan berbagai harapan pelanggan yang selama ini belum dapat dipenuhi. Karena pelanggan yang tidak atau belum terpenuhi harapannya akan merasa tidak puas. Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang diambil pada penelitian ini adalah :

“Apakah persepsi pelanggan segmen perumahan terhadap atribut pelayanan yang diberikan P.T. Telkom di Kandatel Surabaya Barat telah sesuai dengan harapan pelanggan tersebut?”

Sedangkan tujuannya adalah untuk mengetahui kesesuaian antara persepsi pelanggan segmen perumahan terhadap atribut pelayanan yang diberikan PT. Telkom Kandatel Surabaya Barat dengan harapan pelanggan tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan menghasilkan nilai rata-rata persepsi terhadap atribut pelayanan yang diberikan PT. Telkom Kandatel Surabaya Barat sebesar 3,30 dan nilai rata-rata harapan secara umum pelanggan/responden sebesar 3,43, serta ditunjang dengan uji beda dua rata-rata (uji Z) dengan tingkat signifikansi 5%, maka diperoleh nilai  $Z_0$  sebesar -1,79, dimana nilai ini lebih kecil dari  $Z_{tabel} = -1,64$ . Sehingga dapat dikatakan hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Artinya, antara persepsi dan harapan secara umum pelanggan terdapat perbedaan yang berarti, atau persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan selama ini belum sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan terbukti tidak tepat karena persepsi atau penilaian pelanggan terhadap atribut pelayanan yang diberikan PT. Telkom Kandatel Surabaya Barat ternyata belum sesuai dengan harapan pelanggan..